

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็
ในจังหวัดจันทบุรี มีขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร

การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิद्यุทธกิจขนาดเล็ในจังหวัดจันทบุรี
ทั้ง 10 อำเภอ ประกอบด้วย 1) อำเภอเมืองจันทบุรี 2) อำเภอมะขาม 3) อำเภอโป่งน้ำร้อน
4) อำเภอสอยดาว 5) อำเภอนายายอาม 6) อำเภอแก่งหางแมว 7) อำเภอเขาคิชฌกูฏ 8) อำเภอท่าใหม่
9) อำเภอแหลมสิงห์ 10) อำเภอลុង ซึ่งขึ้นทะเบียน จำนวนทั้งสิ้น 46 ราย (สำนักงานคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. ออนไลน์. 2563)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างจาก
การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และเอกสารเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์
ของผู้ประกอบการสถานีวิद्यุทธกิจขนาดเล็ในจังหวัดจันทบุรี แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม
ปลายปิด (Closed - ended) และคำถามปลายเปิด (Open - ended) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิद्यุทธกิจขนาดเล็
ในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะการใช้สื่อประเภทสื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิद्यุ
ทธกิจขนาดเล็ในจังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ชุดคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง เป็นคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า ชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ดังนี้

- 5 หมายถึง มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ในสถานีวิทยุทธกิจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของงานวิจัย เป็นแบบคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ประกอบสถานีวิทยุทธกิจขนาดเล็กลงในจังหวัดจันทบุรีได้ให้ความคิดเห็นอย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดและทฤษฎีการศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องเสร็จแล้วนำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเป็นขั้นตอนหลังจากการสร้างเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นเพื่อความถูกต้อง ผู้วิจัยนำไปตรวจสอบเครื่องมือ (สุวิมล ติรภานันท์. 2543 : 50) ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้สอบถามได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา รูปแบบของแบบสอบถาม (Format) ความเหมาะสมด้านภาษา (Wording) ความสมบูรณ์ของคำชี้แจงและความเหมาะสมของการใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามเมื่อรับเครื่องมือกลับคืนจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำข้อแก้ไขทั้งหมดมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามข้อเสนอแนะ

2. การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยในการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาได้ดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามเป็นรายข้อวิธีการพิจารณาแบบนี้จะเรียกว่าการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence : IOC) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร } ioc = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ด้วยการแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

+1 ข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

0 ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 ข้อคำถามวัดไม่ได้ เพราะไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยมี 5 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนชนก พรหมณศิริ รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์
และการศึกษา
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ พระงาม คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
4. อาจารย์ ดร.สันดุสิตธี บริวงษ์ตระกูล ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและ
เทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
5. อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์ รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ระหว่าง ข้อคำถามกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและผลกระทบในครั้งนี้ได้ค่า IOC มีค่า 0.92

3. การหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ข้างเคียงจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบัก (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไปจึงจะยอมรับว่ามีความเชื่อถือได้

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือครั้งนี้สามารถหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ค่าแอลฟา สัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) ในชุดคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ

สถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีมีค่าเท่ากับ 0.84 ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ในระดับสูง

5. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วมาปรับแก้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล

6. จัดพิมพ์เครื่องมือเป็นฉบับจริงและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของลักษณะข้อมูล สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารหนังสืองานวิจัย บทความ ตลอดจนเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด โดยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็ก เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตอบแบบสอบถามสำรวจการใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของวิทยุธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี มีการแจกแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการทั้งสิ้น 46 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้องและวิเคราะห์เหตุผล พร้อมสรุปผลงานวิจัยต่อไป ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการสถานีวิทยุขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ณ สถานประกอบการ ทั้ง 10 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอขลุง อำเภอท่าใหม่ อำเภอมะขาม อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอสอยดาว อำเภอแก่งหางแมว อำเภอนายายอาม และอำเภอเขาคิชฌกูฏ ด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยตนเอง โดยการประสานให้คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการร่วมตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัย และเพื่อการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากแต่ละตัวแทนผู้ประกอบการสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี และผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนัดวันและเวลาที่เหมาะสมในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ผ่านการตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์
 2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล
 3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูล
- โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- เกณฑ์การคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นมี ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้ดำเนินการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่

1. ลักษณะผู้ประกอบการสถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ประเภทการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการผู้ประกอบการสถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
3. การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
4. การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ด้านเพศ ใช้สถิติ t - test ด้านอายุ ด้านรายได้ ด้านการศึกษา ใช้สถิติ F - test เพื่อทดสอบความแตกต่างที่นัยสำคัญทางสถิติ .05

5. การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี มีความสัมพันธ์กับสื่อออนไลน์ ใช้สถิติ Chi - square เพื่อใช้หาความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรของผู้ประกอบการสถานีวิทยุธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี กับประเภทของสื่อออนไลน์ ที่นัยสำคัญทางสถิติ .05